

Urszula Wróbel

Modyfikacje językowe jako jeden ze sposobów kreacji dowcipu we wlepkach

Tematykę poniższych rozważań stanowi fragment opisu języka wlepek¹. Przedstawiony zostanie jeden z typów dowcipu językowego, jaki zaobserwowałam w materiale wlepkowym. Omówiony zostanie mechanizm tworzenia dowcipu opierający się na modyfikacji w obrębie wyrazu i modyfikacji związków frazeologicznych. Punktem odniesienia dla moich rozważań była praca Danuty Buttler na temat polskiego dowcipu językowego [Buttler 2001].

Rozpocznę od zdefiniowania pojęcia *wlepka*. *Słownik języka polskiego* PWN (SJP) tłumaczy je następująco: „karteczki z rysunkami i tekstami nalepiane w autobusach i tramwajach dla zabawy”².

Analizie podlega cała wlepka, tzn. jej forma werbalna i obrazkowa. Nie można omawiać naklejki bez jej kontekstu rysunkowego. Jest on bowiem jej integralną częścią.

¹ Analiza dowcipu językowego wlepek została przeprowadzona na podstawie prawie 1300 wlepek.

Materiał został zgromadzony w latach 2004–2011. Źródła, z których pozyskiwałam wlepki: Internet, środki komunikacji miejskiej w Warszawie, bezpośrednio od wlepkarzy, wystawy wlepek. Wykorzystane w artykule wlepki pochodzą ze zbiorów własnych lub stron internetowych: www.wlepki23.prv; <http://www.vizon.friko.pl/hist/wejscie/html>; www.wlepszward.prv.pl; <http://www.prov.twoje-sudety.pl>; <http://www.fsh.of.pl>

² <http://sjp.pwn.pl/słownik/3250493/wlepka> [dostęp 3.02.2014].

Ważną cechą wlepki, choć nie obligatoryjną, jest bez wątpienia dowcip³. Małe karteczki naklejone na szybach autobusów miejskich mają zaciekać potencjalnego odbiorcę, ale przede wszystkim rozśmieszyć.

Słownik języka polskiego PWN termin *dowcip* charakteryzuje następująco: „1. zabawna historyjka, powiedzenie pobudzające do śmiechu; 2. zdolność spostzegania śmiesznych stron zjawisk”⁴. Do tej definicji należy dodać, że *dowcip* można rozumieć „jako wyraz oznaczający wszelkie formy świadomej twórczości językowej o charakterze żartobliwym lub szczegółowiej – jako nazwę ściśle określonej struktury o stałej kompozycji, charakteryzującej się krótkością i zaskakującą pointą” [Buttler 2001: 31].

Wśród wyróżników dowcipu wymienia się: „intelektualizm i neutralność uczuciową. Dowcip jest popisem sprawności myślowej twórcy i okazją do ujawnienia takichże dyspozycji odbiorcy. Istotną właściwością dowcipu jest jego mechanizm oparty na zaskoczeniu odbiorcy, niespodziankach, krótkich spięciach” [Buttler 2001: 33]. Wymaga on od odbiorcy aktywności intelektualnej, która zmusza do niestandardowego myślenia, pewnej wrażliwości na pojawiający się w przekazie humor.

Danuta Buttler rozróżnia dowcip słowny (językowy) i dowcip rzeczowy, w którym konstrukcje słowne są tylko elementem zabawnej sytuacji i nie mają samoistnej wartości komicznej [por. Buttler 2001: 61]. Obok dowcipów językowych i rzeczowych możemy także wyróżnić dowcipy o pogranicznej formie, tzw. słowno-sytuacyjne. Ich komizm polega na przypisaniu komuś słów, których z racji swego wieku, sytuacji społecznej, niekompetencji językowej – nie mogłyby wypowiedzieć. Do tego pogranicznego dowcipu zaliczyć można również naśladownictwo komizmu mimowolnego. Wykorzystuje się wtedy wymowę regionalną, osób niewykształconych itp. – jest to żartobliwa stylizacja. Wlepki realizujące ten typ dowcipu to m.in. tzw. quasi-wypowiedzi np. polityka, osoby znanej w życiu publicznym, postaci bajkowej. Przypisana wypowiedź jest z założenia absurdalna – nierealna. Przykład we wlepce poniżej.

³ Terminy: *dowcip*, *żart*, *komizm* traktuję synonimicznie.

⁴ <http://sjp.pwn.pl/slownik/2453841/dowcip> [dostęp 3.02.2014].

Jerzy Urban został włączony do grona piętnowanych przez zrywaczy wlepkarzy.



Dlaczego zrywacie moje wlepki...

Poniższe rozważania dotyczą dowcipu swoiście językowego, jakim są modyfikacje form wyrazowych i modyfikacje związków frazeologicznych. W wybranych egzemplifikacjach ten typ komizmu wysuwa się na plan pierwszy. Nie oznacza to, że w jednej wlepcie nie odnajdziemy innego sposobu budowania humoru. Przyporządkowanie naklejki do wyłącznie jednego typu dowcipu jest bowiem trudne. Należy pogodzić się z tym, że materiał jest o tyle interesujący, o ile jest wieloznaczny. Stąd czasami wynika niemożność wytyczenia ostrych granic pomiędzy poszczególnymi typami dowcipu. Zdarza się tak, że ta sama wlepka może zostać uznana za reprezentanta kilku typów dowcipu.



KAŻDE MIASTO Z CZEGOŚ SŁYNIE
 Warszawa: Zamek Królewski, Kolumna Zygmunta
 Toruń: Ratusz, Kopernik, Krzywa Wieża
 Bydgoszcz: OŁSZAN, OBI, TESKO, DŻAMBO, ŻJANT

W powyższej wlepcie zauważamy przede wszystkim nagromadzenie (dowcip o mechanizmie ogólnokomicznym) – skumulowanie, na zasadzie kontrastu, nazw sieci hipermarketów w kontekście zabytków i symboli historycznych. Kolejny „etap” rozbawiania czytelnika łączy się już jednak z dowcipem swoiście językowym, jakim jest modyfikacja owych nazw poprzez wprowadzenie celowo nieudolnego zapisu quasi-fonetycznego (modyfikacja postaci wyrazu): *Ołszan* (Auchan), *Tesko* (Tesco), *Dżambo* (Jumbo), *Żjant* (Geant).

Dowcipne modyfikacje postaci wyrazu to żarty należące do kategorii dowcipu językowego w ścisłym sensie. „Dowcip taki tworzy samoistne układy, *małe formy* i nawet wchodząc w skład dłuższego tekstu, zachowuje na jego tle autonomię kompozycyjną i sobie tylko właściwe bodźce komiczne; nie da się wyrazić innymi środkami, jest nieprzekładalny, bo opiera się na charakterystycznych właściwościach i swoistej strukturze znaków słownych określonego języka” [Buttler 2001:96]. Cechą charakteryzującą ten mechanizm dowcipu jest dwupłaszczyznowość znaczeniowa. Obok treści linearnej mamy do czynienia z wyrażoną treścią dodatkową. Tę dodatkową, zamaskowaną treść uzyskuje się przez przekształcenie. Na granicy dowcipów swoiście językowych i żartów ogólnokomicznych są modyfikacje polegające na zmianie postaci graficznej wyrazów, a także modyfikacje form ich odmiany. Ich zakres nie jest tak jednoznaczny, ponieważ źródło żartu jest bezpośrednio dostrzegalne, nie ma tu ukrytej treści, dwupłanowości semantycznej [por. Buttler 2001:97]. Wśród badanych wlepek odnaleźć można żarty oparte na zaskoczeniu odbiorcy dodatkową treścią.

Żarty, które opierają się na modyfikacji formy fleksyjnej słowa, mają charakter czysto strukturalny. Polegają na naruszeniu prawidłowej postaci wyrazu. Zawarty w nich komizm opiera się na wyjątkowej formie wyrazu. Wśród typowych żartów wyróżnić można:

1. Zmianę końcówki bądź jedynie elementu swojskiego na obcy w wyrazach rodzimych lub końcówki bądź elementu obcego na swojski w zapożyczeniach.



*Szkoła Yest do dłupy
A nauczyciele są jak bopky?*

W powyższej wlepce zmiana dotyczy wyrazów *yest* i *bopky*. Modyfikacja ma w pewien sposób zbliżyć wyrazy do słów angielskich.

2. Zmianę tradycyjnej końcówki na inną.



Dresa do sedesa!

Formy w haśle *Dresa do sedesa* są niepoprawne. Prawidłowy zapis powinien wyglądać następująco: *dres do sedesu*. *Dresa do sedesa* zostało „wymuszone”. Dzięki temu został utworzony rym. Obie formy z dawną końcówką *genetivu sg. -a*.



Głupie ludzie!

Nieprawidłowa końcówka w wyrazie *głupie*: *-e* zamiast *-i* została użyta, podobnie jak w powyższym przykładzie, w celu utworzenia rymu z wyrazem *ludzie*. W ten sposób upodobniono ludzi do form nie-męskoosobowych typu *głupie małpy*, *kobiety*, *zające* itp.

3. Zmianę formy graficznej wyrazu.

Istotą tego typu żartów jest naruszenie prawidłowego zapisu. Jeśli, prócz błędnej formy, brakuje zakamuflowanej treści w tekście, to mamy do czynienia z *żartami strukturalnymi*. Poniższy przykład naklejki jednak nieco wykracza poza ramy żartu strukturalnego.

**I tak to ja robię
największe gówna**

Bill GEJts MDi3

I tak to ja robię największe gówna
Bill GEJts

Zmianie formy graficznej zostało poddane nazwisko *Gates* – amerykańskiego twórcy i właściciela firmy Microsoft. Przekształcenie nazwiska odbywa się w sferze graficznej (GEJts), podczas gdy warstwa fonetyczna (wymowa) pozostaje niezmienna [gejc]. Przez taką modyfikację uzyskano nowe znaczenie wykorzystane przez wlepkarza do stworzenia dowcipu. Powstała czytelna aluzja wskazująca negatywny stosunek wlepkarza do Billa Gatesa. Przypisanie deklaracji *I tak to ja robię największe gówna* Gatesowi stanowi tego potwierdzenie.

Warto też skupić się na innym typie żartów, w których komizm jest zbudowany poprzez „rozbieżność pisowni i odpowiadającej jej wartości dźwiękowej. Mianowicie w obcej formie graficznej ukrywają się dwie treści: jedna związana z obrazem graficznym, narzucająca się odbiorcy bezpośrednio, druga – ujawniająca się po odczytaniu wyrazu” [Buttler 2001: 107]. Przykładem takiego typu zwrotu jest np. wlepka przedstawiająca zdjęcie byłej znanej poślanki i podpis: *Bitch albo nie bitch oto jest pytanie*.

BITCH ALBO NIE BITCH oto jest pytanie...

Dowcip tej wlepki polega na wyeksponowaniu podobieństwa warstwy fonetycznej dwóch wyrazów należących do odrębnych języków – polskiego i angielskiego. *Bitch* [b'ić], angielskie słowo oznaczające obraźliwie 'suka', zostało zestawione fonetycznie z polskim czasownikiem *być* [być].

W grupie żartobliwych modyfikacji postaci słowotwórczej wyrazu wyróżnić możemy także tzw. kontaminacje. Jest to zespolenie dwóch wyrazów w dwojaką postać: „albo stapiają się one w jedną formę słowną (kontaminacje leksykalne), albo też brzmienie jednego z nich ulega nieznacznej modyfikacji pod wpływem drugiego” [Buttler 2001: 108]. Kontaminacje charakteryzuje m.in. nietradycyjność ich postaci słowotwórczej. Tak też jest w przykładach wlepkowych. Istotną cechą kontaminacji jest ich doraźność. Żarty tego typu są odpowiedzią na bieżące wydarzenia społeczno-polityczne. Powstają szybko, ale także szybko tracą na swej aktualności.

Kontaminacja obejmuje dwojakiego rodzaju żarty:

1. Żartobliwą kompozycję dwóch wyrazów dającą w efekcie neologizm leksykalny.



Pakermony

Jest to połączenie wyrazu *pakować* (lub neologizmu *paker*), który funkcjonuje w slangu młodzieżowym, oraz *Pokemon* – bohater filmu rysunkowego dla dzieci, odpychający swym wyglądem zewnętrznym.



zrób z siebie idiotola

Po połączeniu wyrazów *idoli* i *idiota* powstał neologizm *idiotol*.



19.30 TVP1 obejrzyj sobie Millerości

Kontaminację stanowi połączenie wyrazów *Wiadomości* (nazwa programu informacyjnego) i *Miller* (nazwisko polityka). Powstał nowy leksem, ale i zarazem nowy program informacyjny *Millerości*.

2. Wyodrębnienie w wyrazie elementów znaczących w sposób niezgodny z jego rzeczywistymi granicami morfologicznymi.

Jest to żartobliwy podział słowa na człony znaczące. Dowcip tego typu, opierający się na homonimii dźwiękowej wyrazów, ujawnia nieoczekiwaną złożoność wyrazu. Ważną rolę odgrywa intonacja wymowy. Przykład wlepek:



Prawdziwki

Rysunek wlepki przedstawia postaci sędziego, policjanta i adwokata. Wszyscy mają związek z prawem. *Prawdziwki* to zestawienie dwóch wyrazów: *praw* (D. l. mn. *prawo*) i *dziwki* (M. l. mn. *dziwka*). Można to interpretować tak, że przedstawione postaci są sprzedajne, niczym dziwki; robią nieczne (złe) rzeczy w imię prawa i praworządności.

Inne przykłady dekompozycji wyrazu:



Wymiot



RADujmy się

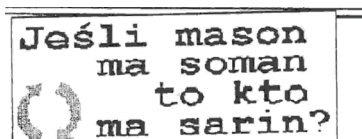


ZEBRANIE



OSAMA nie bin laden tylko żądło

We wlepkę dochodzi do przemieszania nazwiska *Osama Bin Laden* ze stwierdzeniem, że *OSA MA nie bin laden tylko ŻĄDŁO*. O takim sposobie odczytania wlepki świadczy rysunek osy, który współtworzy naklejkę.



Jeśli mason ma soman to kto ma sarin?

Wlepkę tę możemy rozumieć na dwa sposoby. Pierwsza interpretacja wymaga jednoczesnego wytłumaczenia wszystkich pojęć. *Mason* to członek tajnego stowarzyszenia, rekrutującego się z przedstawicieli arystokracji. *Soman* i *sarin* – to rodzaje silnego gazu bojowego. Jeśli znienawidzeni masoni są w posiadaniu groźnego somanu, to w takim razie kto może mieć sarin? Druga interpretacja wlepki ma charakter gry językowej: *mason ma soman*, znaczy tyle, co ‘z wyrazu mason można utworzyć wyraz soman, wyraz mason zawiera w sobie soman’. Wlepkarz zadaje więc pytanie: z jakiego wyrazu możemy utworzyć wyraz sarin?

Omawiając przykłady modyfikacji związków frazeologicznych, należy wytłumaczyć pojęcie *związek frazeologiczny* (*frazeologizm*). *Encyklopedia wiedzy o języku polskim* pod redakcją Stanisława Urbańczyka podaje, że *idiom* (*frazeologizm*) to: „dwu- lub kilkuwyrazowa ustalona konstrukcja językowa, której znaczenia nie da się wyprowadzić ze znaczenia poszczególnych wyrazów składających się na tę konstrukcję (...)” [Urbańczyk 1978: 123]. Dla moich rozważań ważna jest konstatacja, że frazeologizm jest to utarty, ustabilizowany zwrot, czytelny i znany odbiorcom. Jest to pewna całość strukturalno-semantyczna, której poprawność wiąże się ze stałością, nierozzerwalnością.

Z uwagi na to, że zebrany przeze mnie materiał składa się nie tylko z warstwy tekstowej, ale i graficznej, należy uwzględnić jego specyfikę także w kontekście związków frazeologicznych. Definicję frazeologizmu rozszerzam o poziom graficzny. Utartym zwrotem jest więc np. logo firmy. Zmiana w logo koloru czy wielkości czcionki powoduje zaburzenie. Podobnie jak zmiana jednego elementu językowego w utartym zwrocie, narusza i burzy jego sztywną konstrukcję. Za frazem uważam także: nazwy firm, tytuły filmów, książek, a nawet imię i nazwisko jako niezmienny znak rozpoznawczy. Ich niezamierzona modyfikacja, przekształcenie jest błędem, natomiast na celowych innowacjach i przekształceniu opiera się m.in. komizm wielu wlepek.

Modyfikacje polegają na takim zniekształceniu utartego zwrotu frazeologicznego, by podobieństwo do pierwowzoru było zachowane, a jednocześnie, by utworzyć zupełnie nową treść. Często dochodzi wtedy do degradacji znaczeniowej. Kontrast między tradycyjnym rozumieniem frazeologizmu a nowo powstałą treścią żartu jest właśnie powodem rozbawienia odbiorcy. W znanym powszechnie powiedzeniu wymienia się część składu leksykalnego. Uzupełniony frazeologizm uzyskuje wtedy nową treść, która odpowiada aktualnym wydarzeniom z realnego życia. Z uniwersalnej prawdy tworzy się hasło aktualne w swej wymowie przez chwilę, uwarunkowaną sytuacją życiową.

Przez taki typ modyfikacji przysłów powstają antyprzysłowia⁵. Są to jednostki paremiologiczne utworzone przez młodych użytkowników języka i doraźnie uzupełniane w zależności od potrzeb komunikacyjnych. Są przeciwstawieniem tego, czego uczy przysłowie [zob. Podracki 1994]. Na powodzenie takiego żartu decydujący wpływ ma dostateczna znajomość pierwowzoru w świadomości odbiorców. Ważne jest bowiem to, aby nowo powstała treść automatycznie niejako przywodziła na myśl treść oryginalną. Przykłady we wlepkach:



Ty też możesz zostać honorową dawczynią CIAŁA.

Na wzór: *Ty też możesz zostać honorowym dawcą krwi.*



Wlepka „Proszę państwa, oto Zdziś” na wzór wiersza Jana Brzechwy pt. „Niedźwiedź”.

Modyfikacje związków frazeologicznych nie ograniczają się wyłącznie do wymiany jednego czy nawet kilku wyrazów. Przetworzeniu może ulec także ogólny schemat frazeologiczny – jego trzon. W zebranych materiale odnalazłam dwa sposoby takiej modyfikacji: defrazeologizacja i kontaminacja.

„Defrazeologizacja to użycie stałego, skostniałego w pewnym schemacie związku – jako doraźnego połączenia wyrazowego” [Buttler 2001: 144]. Komizm defrazeologizacji polega na stworzeniu takiego toku składniowego wypowiedzi, który sprawiałby

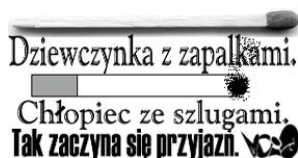
⁵ O antyprzysłowiach pisał m.in. Krajewski [2006].

wrażenie, że całość ma charakter informujący o konkretnych realiach. Tymczasem związek frazeologiczny ma znaczenie uogólniające, ponadczasowe i nie odnosi się do żadnej konkretnej sytuacji.

Przykłady we wlepkach:



nie kupuj kota w worku nawet, jeśli wygląda całkiem spoko.



Dziewczynka z zapalkami.

Chłopiec ze szlugami.

Tak zaczyna się przyjaźń.

Jedną z odmian kontaminacji związków frazeologicznych jest łączenie dwóch idiomów w nową całość. Przykłady wlepek:



*OSRAM
to jest pyszne*

Dowcip został uzyskany przez połączenie dwóch frazemów: nazwy firmy produkującej m.in. żarówki – *OSRAM* i hasła z reklamy sera Hochland: *to jest pyszne!*

Bardziej wyrazisty przykład kontaminacji stanowi wlepka:



Różny efekt daje łączenie dwóch frazemów, które wywołują odmienne konotacje. Wtedy groźna pozornie treść może okazać się absurdalnie błaha lub na odwrót – treść niewinna, połączona z agresywną może nabrać surowej wymowy. Przykład we wlepkę:



*NARKOTYKI ZAŻYWASZ – PRZEGRYWASZ
A świstak siedzi i zawija je w te sreberka...*

Następuje tu „rozbrojenie” groźnego apelu przez zestawienie ze świstakiem, który „robi swoje”. Świstaka znamy z reklamy czekolady MILKA, który sam zajmuje się pakowaniem słodyczy (tu: narkotyków). Sreberka służą – obok foliowania – maskowaniu przemytu narkotyków.

Prezentowane powyżej przykłady dowcipnych modyfikacji językowych potwierdzają, że wlepki są materiałem językowym niezwykle różnorodnym i ciekawym. Ich wielobarwność i fenomen przejawia się m.in. w tym, że jedna naklejka łączy w sobie kilka sposobów budowania dowcipu językowego. Zaprezentowane egzemplifikacje wlepek udowadniają ich duży potencjał w tworzeniu różnego rodzaju dowcipnych neologizmów opartych na znanych odbiorcy pierwowzorach (np. *Millerości*).

Modyfikacje dokonywane są w obrębie jednego wyrazu (np. *pakermon*), ale obejmują też związki frazeologiczne (np. *nie kupuj kota w worku nawet, jeśli wygląda całkiem spoko*). Omówione mechanizmy tworzenia językowego dowcipu są tylko wybranymi przykładami z wielu metod budowania komizmu. Oprócz przekształceń zauważyć można również humor opierający się na homonimii, polisemii czy synonimii. Często autorzy naklejek sięgają po tzw. dowcip słowno-sytuacyjny, który jest charakterystyczny dla wlepki z racji jej budowy werbalno-obrazkowej. Analiza wymienionych typów komizmu to jednak materiał na odrębne rozważania.

Bibliografia

- Anusiewicz J., Skawiński J. (red.) [1996], *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa.
- Buttler D. [2001], *Polski dowcip językowy*, wyd. III z uzup., Warszawa.
- Chaciński B. [2003], *Wypasiony słownik najmłodszej polszczyzny*, Kraków.
- Chlebda W. [2001], *Frazematyka*, [w:] *Współczesny język polski*, Bartmiński J. (red.), Lublin, s. 335–342.
- Grzegorzycowa R., Laskowski R., Wróbel H. [1999], *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*, wyd. III popr., Warszawa.
- Grzegorzycowa R., Puzynina J. [1979], *Słowotwórstwo współczesnego języka polskiego*, Warszawa.
- Krajewski L. [2006], *Antyprzystawia młodzieżowe w olsztyńskim graffiti*, [w:] *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, Naruszewicz-Duchlińska A., Rutkowski M. (red.), Olsztyn, s. 198–208.
- Müldner-Nieckowski P., Müldner-Nieckowski Ł. [2004], *Nowy szkolny słownik frazeologiczny*, Warszawa.
- Podracki J. [1994], *Świat ludzi, rzeczy, słów. Pogadanki o języku i kulturze*, Warszawa.
- Urbańczyk S. (red.) [1978], *Encyklopedia wiedzy o języku polskim*, Wrocław.

Źródła internetowe

- <http://getionary.com.pl>.
<http://leksykony.interia.pl>.
<http://www.miejski.pl>.
<http://sjp.pwn.pl>.
pl.wikipedia.org/.